

АГРАРНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 338.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «ВИТЕБСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

Е. И. БЕКИШ

*УО «Федерации профсоюзов Беларуси Витебский филиал «Международный университет «МИТСО»»,
г. Витебск, Республика Беларусь, e-mail: bekish_e@tut.by*

Е. Е. МАНТУР

*УО «Белорусский национальный технический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: E_Mantur@tut.by*

(Поступила в редакцию 29.09.2023)

При проведении оценки и анализа изменения показателей выручки от реализации продукции в организации за последние три года выявлено их увеличение. Изучение себестоимости реализованной продукции за 2020–2022 гг. подтвердило постоянное ее снижение. В течение исследуемого периода она уменьшилась на 8442 тыс. руб., или на 3,56 %. Анализ динамики показателей рентабельности выявил их положительную тенденцию роста, что подтверждает стабильность работы и эффективность развития Витебского мясокомбината. Для повышения конкурентоспособности организация производит широкий ассортимент высококачественных и безопасных для здоровья людей мясных продуктов. Сочетая старинные рецепты с современным производством, используют инновации мясной промышленности и освоили производство колбасных изделий с добавлением говядины и гипоаллергенного мяса индейки. Впервые в Республике Беларусь освоили уникальный выпуск колбасных изделий и полуфабрикатов на линии непрерывного производства безоболочных колбас. Высокое качество выпускаемой продукции торговой марки «Мясковит» соответствует международным требованиям и стандартам. Для этого осуществляется ежедневный контроль сырья и готовой продукции в производственной лаборатории, аккредитованной на техническую компетентность в соответствии с требованиями СТБ ISO / МЭК 17025. Сертификаты и победы в конкурсах значительно повышают доверие потребителей и формируют имидж предприятия в Беларуси и за рубежом, что увеличивает шансы в успешном продвижении выпускаемых мясных продуктов на высококонкурентных внешних рынках. Основные внешние рынки комбината – Россия, Казахстан и Узбекистан. Изучаются вопросы выхода и закрепления на рынках Азербайджана, Армении, Туркменистана и Китая, что позволит увеличить выручку от реализации и улучшить финансовое состояние, что обеспечит дальнейшее развитие производства.

Ключевые слова: состояние, выручка, себестоимость, рентабельность, конкурентоспособность, качество, организация.

When assessing and analyzing changes in revenue indicators from sales of products in the organization over the past three years, their increase was revealed. Study of the cost of goods sold during 2020–2022 confirmed its constant decline. During the study period, it decreased by 8442 thousand rubles, or by 3.56%. An analysis of the dynamics of profitability indicators revealed their positive growth trend, which confirms the stability of work and the efficiency of development of the Vitebsk Meat Processing Plant. To increase competitiveness, the organization produces a wide range of high-quality meat products that are safe for human health. Combining ancient recipes with modern production, they use innovations in the meat industry and have mastered the production of sausages with the addition of beef and hypoallergenic turkey meat. For the first time in the Republic of Belarus, they mastered the unique production of sausages and semi-finished products on a continuous production line of casingless sausages. The high quality of the Myaskovit brand products meets international requirements and standards. For this purpose, daily control of raw materials and finished products is carried out in a production laboratory accredited for technical competence in accordance with the requirements of STB ISO / IEC 17025. Certificates and victories in competitions significantly increase consumer confidence and form the image of the enterprise in Belarus and abroad, which increases the chances of successful promotion of manufactured meat products in highly competitive foreign markets. The main foreign markets of the plant are Russia, Kazakhstan and Uzbekistan. Issues of entering and consolidating the markets of Azerbaijan, Armenia, Turkmenistan and China are being studied, which will increase sales revenue and improve financial condition, which will ensure further development of production.

Key words: condition, revenue, cost, profitability, competitiveness, quality, organization.

Введение

В современный период ухудшения общей экономической ситуации в результате постоянно принимаемых санкций и давления на Республику Беларусь и Российскую Федерацию при постоянном колебании курсов мировых валют, из-за последствий пандемии коронавируса работа белорусских организаций сильно усложнилась. Поэтому в настоящее время вопросы состояния и конкурентоспособности их деятельности в Беларуси приобретают особую актуальность. Эффективность деятельности представляет собой важнейшее направление в стратегии развития организации и возможности ее

выхода на внешние рынки в условиях динамичной внешней среды [1, с. 112].

В научной литературе проблеме состояния и устойчивости организаций уделяется значительное внимание. При этом основной акцент нередко сделан на экономической составляющей устойчивости [2, с. 391].

О хорошем финансовом состоянии предприятия свидетельствуют рост выручки и способность финансирования дальнейшей своей деятельности. В результате оценка финансового состояния имеет особое значение в современных условиях деятельности белорусских организаций. При этом в современных условиях, как в стране, так и в мире вопросы о конкурентоспособности становятся все более актуальными. Успешное функционирование организаций в сложившихся условиях обусловлено факторами, которые определяют конкурентоспособность предприятия. Несмотря на то, что исследованию конкуренции и конкурентоспособности посвящены многие работы, анализ механизмов обеспечения конкурентоспособности предприятий в полной мере не изучен [3, с. 49].

С этой целью проведены анализ и оценка состояния для определения направлений его повышения и конкурентоспособности организации.

Основная часть

В Республике Беларусь животноводство имеет большое значение. От его развития зависит деятельность мясоперерабатывающих предприятий. Сегодня в Беларуси переработкой мяса занимаются 21 крупный мясокомбинат, подчиненный Минсельхозпроду, и более 450 предприятий различных форм собственности [4, с. 255].

ОАО «Витебский мясокомбинат» является одним из ведущих производителей мясной продукции в Беларуси. Оно уже более 90 лет производит качественную мясную продукцию из свинины и говядины под торговой маркой «Мясковит». Мясокомбинат входит в состав Государственного объединения «Витебский концерн «Мясо-молочные продукты»», которое является крупнейшим в Беларуси объединением компаний по выпуску мясо-молочной продукции. В его состав входят 18 перерабатывающих предприятий, 10 обслуживающих, 3 торговых и 111 сельскохозяйственных организаций [5].

Основной вид деятельности акционерного общества – производство мясных изделий, для которых используют только натуральное сырье (свинина и говядина). Сырьевой базой предприятия в основном являются сельскохозяйственные организации Витебской области. Производя техническое перевооружение существующих объектов, для внедрения новейших современных мировых технологий организация стремится достигнуть высокого качества и надежности выпускаемых продуктов, которые позволят обеспечить динамичный ежегодный рост объемов производства и продаж [6, с. 35].

Важнейшим источником денежных накоплений для возмещения затрат за произведенную продукцию и образования доходов организаций является выручка от реализации, которая определяет финансовый результат деятельности предприятия и является важнейшим источником роста прибыли.

Представление широкого ассортимента мясных изделий от этого предприятия в крупных торговых сетях Беларуси, но и других регионов, в том числе ближнего и дальнего зарубежья способствует увеличению объема продаж и выручки от реализации продукции [7, с. 41].

Изменение показателей выручки от реализации продукции в организации за последние три года представлено на рис. 1.

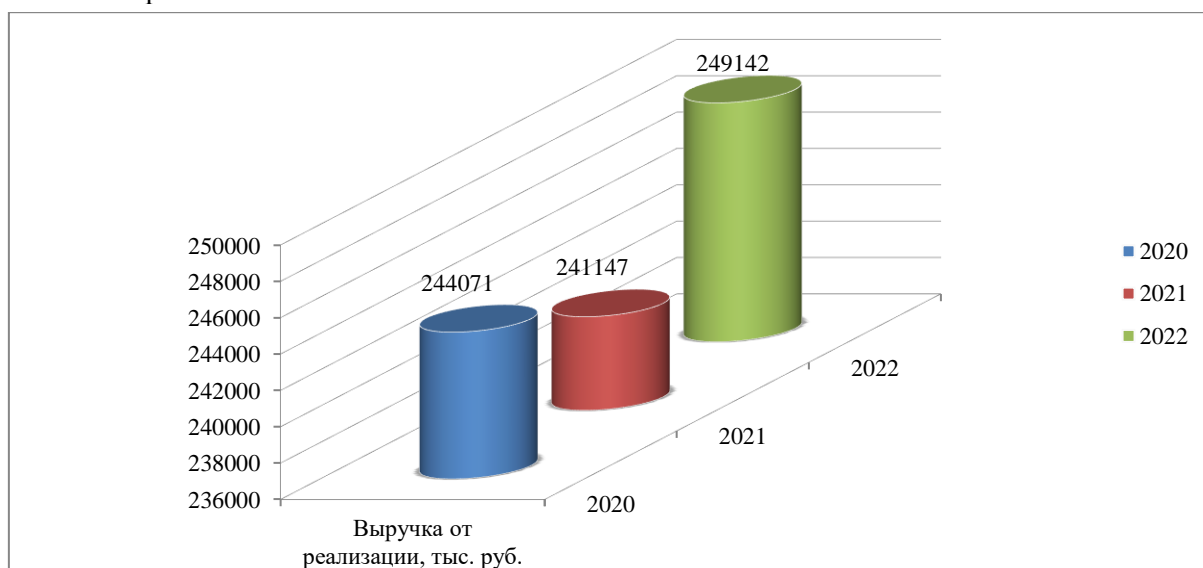


Рис. 1. Динамика выручки от реализации продукции

Из представленной информации на рис. 1, следует, что показатели выручки от реализации продукции за исследуемый период увеличились. Если в 2020 году выручка от реализации продукции составляла 244071 тыс. руб., то уже в 2022 году она повысилась на 5071 тыс. руб., или на 2,08 %. Это подтверждает эффективность деятельности компании.

К основным показателям финансового состояния относится себестоимость продукции, анализ которой имеет исключительное значение в качестве критерия оценки эффективности производства. От величины себестоимости зависят такие экономические показатели, как прибыль и рентабельность.

Поэтому проанализируем себестоимость реализованной продукции за последние годы, показатели которой отражены на рис. 2.

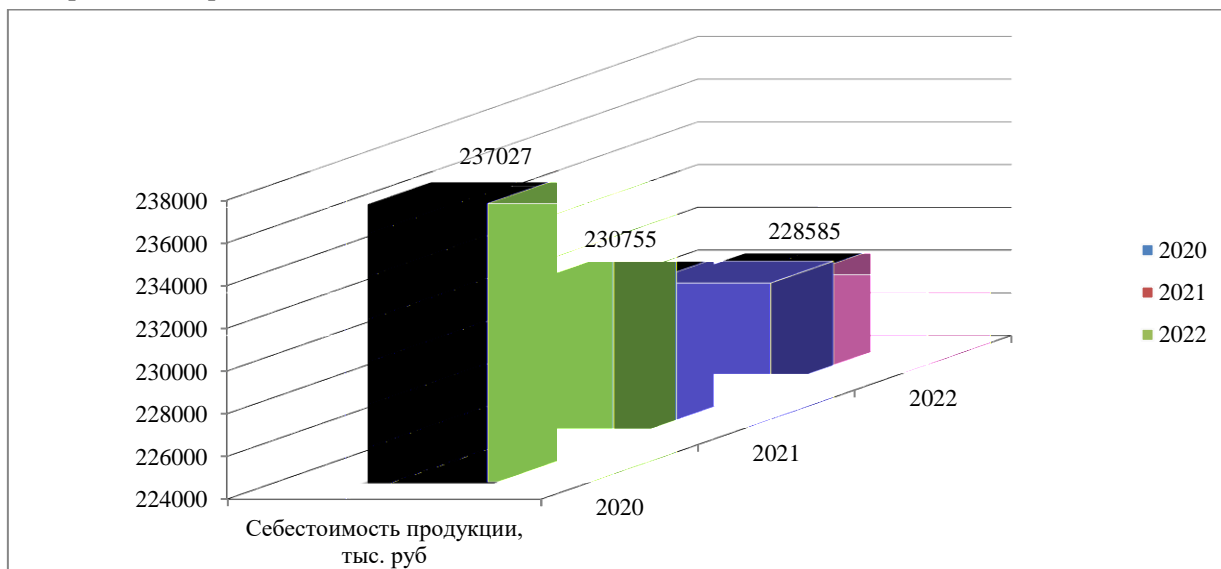


Рис. 2. Показатели себестоимости реализованной продукции, товаров, работ, услуг за 2020–2022 гг., тыс. руб.

Анализируя представленную информацию на рис. 2, видно, что на протяжении исследуемого периода себестоимость реализованной продукции с каждым годом снижалась. В 2022 году она снизилась по сравнению с 2020 годом на 8442 тыс. руб., или на 3,56 %.

Для оценки финансовых результатов функционирования различных компаний в качестве относительных показателей используют показатели рентабельности, которые формируются под влиянием значительного количества взаимосвязанных факторов, влияющих на полученные результаты деятельности. Рентабельность используют в качестве индикатора оценки финансового состояния организаций.

С этой целью проведем анализ рентабельности от реализации, товаров, работ, услуг мясокомбината за последние годы на представленном рис. 3.

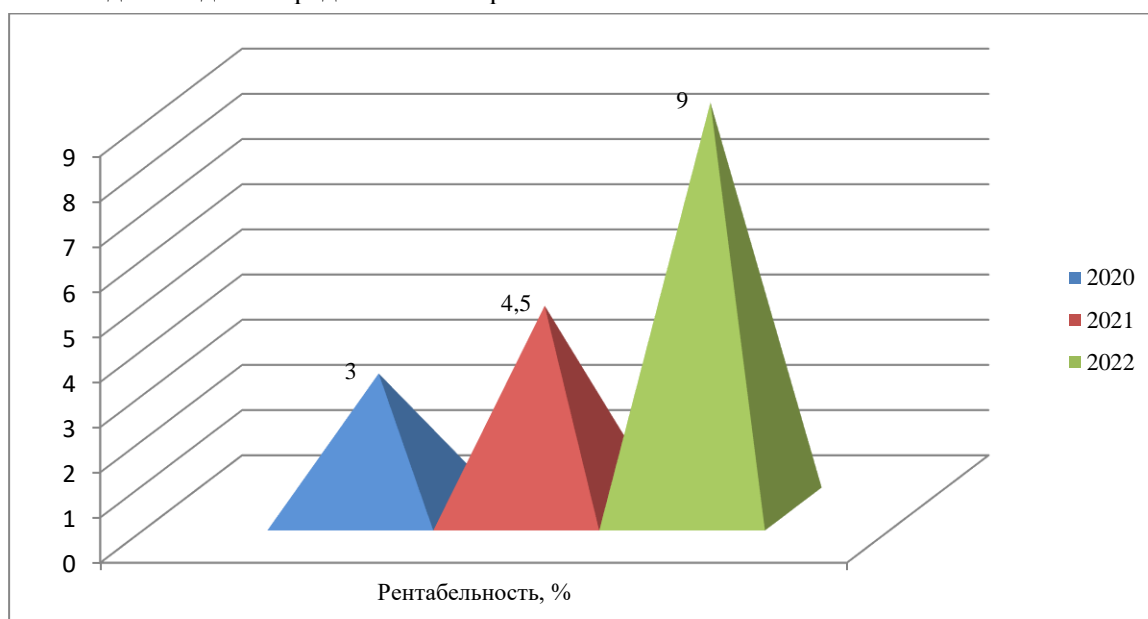


Рис. 3. Рентабельность от реализации, товаров, работ, услуг предприятия за 2020–2022 гг., %

Анализ изменения показателей рентабельности от реализации, показал, что они имеют положительную динамику. Рост рентабельности за последние три года составил 6 п. п. Это значит, что компания стабильно работает и развивается. При этом следует отметить, что необходимо принимать решения для дальнейшего повышения рентабельности и эффективности деятельности мясокомбината.

Учеными и практиками установлено, что устойчивое развитие предприятия обеспечивает его конкурентоспособность, важнейшими показателями которой являются разнообразие ассортимента продуктов и их качество. Для создания высококачественных мясных продуктов Витебский мясокомбинат постоянно осуществляет техническое переоснащение и современную модернизацию производства.

В настоящий период времени ассортимент продукции организации состоит из более 400 наименований: колбасные изделия, продукты из свинины, говядины и индейки, полуфабрикаты, пельмени. Специалисты стремятся сочетать старинные рецепты с современным производством. При этом сохраняя традиции, они используют инновации мясной промышленности, которые способствуют повышению устойчивости организации. Учитывая новые тенденции рынка мясных изделий и рекомендации врачей по здоровому питанию, освоено производство колбасных изделий с добавлением говядины и гипоаллергенного мяса индейки. Здесь впервые в Беларуси освоен уникальный выпуск колбасных изделий и полуфабрикатов на линии непрерывного производства безоболочных колбас.

Одним из важнейших показателей конкурентоспособности является качество продуктов. Чтобы повысить конкурентоспособность и осваивать новые рынки сбыта в зарубежных странах, продукция предприятия сертифицирована на соответствие требованиям международных стандартов [8, с. 61].

Конкурентоспособность продукции акционерного общества на внутреннем и внешнем рынке обеспечивает работающая система качества. Основной задачей организации в области качества и безопасности является обеспечение выпуска конкурентоспособных и безопасных для здоровья людей продуктов, которые отвечают законодательным требованиям и позволяют обеспечивать стабильный рост прибыли. На каждом этапе производства осуществляется строгий контроль и используется только высококачественное и отборное сырье [6, с. 35].

Для осуществления ежедневного контроля сырья и готовой продукции на мясокомбинате функционирует производственная лаборатория, аккредитованная на техническую компетентность в соответствии с требованиями СТБ ISO / МЭК 17025.

На предприятии внедрены и функционируют современные системы менеджмента качества и безопасности продукции СТБ ISO 9001-2009, ISO 22000 и система менеджмента безопасности пищевых продуктов на основе анализа опасностей и критических контрольных точек НАССР [9].

Высокое качество продукции торговой марки «Мясковит» подтверждает ее сертификация в соответствии с требованиями ЕС Халяль-01:2012, MS 1500:2004, MS 1500:2009. Наличие такого сертификата значительно повышает доверие потребителей и увеличивает шансы в успешном продвижении мясных продуктов на высококонкурентных азиатских рынках.

О качестве выпускаемых мясных деликатесов мясокомбината свидетельствуют постоянное награждение из года в год дипломами лауреатов конкурса «Лучшие товары Республики Беларусь» и премия Витебского облисполкома за достижения в области качества, присужденная за результаты системной работы по повышению качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Победы в конкурсах подтверждают высокие достижения компании, которые формируют ее имидж в Беларуси и за рубежом, создавая основу для стабильного и эффективного развития [10, с. 31].

В настоящее время основными рынками присутствия комбината являются Россия, Казахстан и Узбекистан. Компания вынуждена переориентировать ранее налаженные экспортные поставки европейского и украинского направлений. Ведется работа по освоению и закреплению на рынках Азербайджана, Армении, Туркменистана и Китая. Для повышения объемов продаж на отечественном и зарубежном рынке предприятие постоянно принимает участие во всех проводимых мероприятиях. Демонстрация выпускаемых мясных изделий торговой марки «Мясковит» специалистами маркетинга в международных форумах и выставках оказывает содействие в формировании имиджа и создании положительного мнения о продукции у покупателей и тем самым позволяет закрепить свои позиции на ранее освоенных рынках и обеспечивает выход на новые рынки.

Так, на проходившей в мае Международной пищевой выставке «SIAL Shanghai – 2023» в г. Шанхай, Китайской Народной Республики благодаря представленной продукции Витебского мясокомбината было заключено долгосрочное сотрудничество с Китаем, а за активное участие компания удостоена Диплома выставки. Это позволит наращивать объемы поставок продуктов в Китай.

Заключение

Установлено, что показатели выручки от реализации продукции за исследуемый период увеличились на 5071 тыс. руб., или на 2,08 %.

Проведенный анализ себестоимости реализованной продукции компании за 2020–2022 гг. под-

твердил постоянное ежегодное ее снижение. В течение анализируемого времени она снизилась на 8442 тыс. руб., или на 3,56 %.

Изучение динамики показателей рентабельности за последние три года выявило их положительную тенденцию повышения, что является подтверждением стабильной работы и эффективного развития предприятия.

Конкурентоспособность продукции обеспечивает высокое качество продуктов, подтвержденное сертификатами и наградами.

Постоянное участие в выставках и форумах, проводимых в Беларуси и зарубежных странах, формирует имидж мясных изделий бренда «Мясковит», содействует закреплению позиций на ранее освоенных рынках и обеспечивает продвижение продукции на новые рынки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Князева, Е. В. Эффективность деятельности предприятия и факторы, влияющие на нее / Е. В. Князева, Е. В. Шаповал // Вестник университета. – 2018. – № 2. – С. 112–115.

2. Пакуш, Л. В. Разработка стратегии устойчивого развития сельских территорий Республики Беларусь / Л. В. Пакуш, А. Г. Ефименко // Никоновские чтения. – Москва: Всероссийский институт аграрных проблем и информатики имени А. А. Никонова, 2019. – С. 391–392.

3. Хлусова, О. С. Направления повышения конкурентоспособности предприятия с целью укрепления его финансовой устойчивости / О. С. Хлусова, И. С. Моисеева // Вестник Академии знаний. – 2015. – № 12 (1). – С. 49–58.

4. Шафранский, И. Н. Современное состояние и стратегия развития ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» / И. Н. Шафранский, И. В. Шафранская // Современная аграрная экономика: наука и практика: материалы IV Международной научно-практической конференции, Горки, Беларусь, 09–10 марта 2021 года. – Горки, Беларусь: Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, 2021. – С. 253–261.

5. Официальный сайт «Государственное объединение «Витебский концерн «Мясо-молочные продукты»» [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <http://vitmmp.by/material/o-nas/> – Дата доступа: 21.06.2023.

6. Бекиш, Е. И. Использование направлений маркетинга для повышения эффективности деятельности организации / Е. И. Бекиш, Е. Е. Мантур // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. – 2022. – № 3. – С. 33–37.

7. Бекиш, Е. И. Использование рекламы для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия / Е. И. Бекиш, Л. А. Слинкова, Е. Е. Мантур // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. – 2022. – № 1. – С. 38–41.

8. Бекиш, Е. И. Значение интеграции маркетинга и логистики в условиях конкуренции / Е. И. Бекиш, О. А. Брагина, Е. Е. Мантур // Право. Экономика. Психология. – 2022. – № 3(27). – С. 60–64.

9. Официальный сайт ОАО «Витебский мясокомбинат» [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <http://vmk.by/sistema-menedzhmenta/> – Дата доступа: 15.06.2023.

10. Бекиш, Е. И. Использование логистики для повышения эффективности деятельности организации / Е. И. Бекиш, Е. Е. Мантур // Право. Экономика. Психология. – 2023. – № 1(29). – С. 28–33.